

RSA - Entidades no lucrativas

Empresa evaluada

**FUNDACIÓN MOTO ENGINEERING
FOUNDATION**

CIF:G44223477

Parque Tecnológico Technopark Motorland,
Edificio 2WTC
44600 - Alcañiz
Teruel

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

Denominación de la organización

Fundación Moto Engineering Foundation

Forma jurídica

Fundación sin ánimo de lucro

Número de socios (en caso de asociaciones)

no aplica

Número de miembros Junta/Patronato

El patronato está compuesto por 11 patronos

Dirección - CP - Población

Parque Tecnológico TechnoPark MotorLand
Edificio 2WTC
44600 Alcañiz - Teruel

Sector/Ámbito de actuación.

Sector del motor, principalmente vehículos de 2 ruedas y cuadríciclos

Actividad principal

Promotor de la Competición Internacional MotoStudent a través de la cual alumnos universitarios de todo el mundo tratan de conseguir el podium en el mejor diseño, mejor proyecto industrial proyecto y mejor innovación así como en la construcción del mejor prototipo de moto de competición en pista.

Colectivo principal atendido

Universitario

Año comienzo actividad.

2008

Número de personas empleadas - media anual

3 personas

Número de personas empleadas estables (contrato indefinido)

1 persona

Número de voluntarios

La Fundación no posee voluntarios generalmente, salvo los años pares, años en los cuales se celebra el Evento Final de la Competición Internacional MotoStudent. En el Evento si que se cuenta con algunos voluntarios

Persona contacto

Daniel Urquizu Sancho

E-mail contacto

motostudent@fundacionmef.org

Página web

www.motostudent.com

GENERAL

Tendencias Globales

1- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:

- Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)**
- Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)**
- Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc.)**
- Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)**
- Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc.)**

1.1 Información adicional

Existe concienciación al respecto y se consideran en los planes a medio/largo plazo, pero no se considera que afecte en la actividad cotidiana a corto plazo.

2.- ¿Cree que las organizaciones pequeñas o medianas pueden enfrentarse de forma individual a temas como los anteriores?

2.1. Información adicional

Todas las entidades pueden tratar de adaptarse a los diferentes cambios que puedan plantearseles en estos aspectos, en algunos casos incluso con mayor agilidad que una entidad de mayor dimensión. Quizás su influencia a nivel global no sea tan visible como la de una entidad de más envergadura, pero si que pueden darse pequeños pasos.

Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales

3.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se diferencian los planes a corto y a largo plazo?

3.1. Información adicional

Se tiene en cuenta el objetivo final a medio plazo y los diferentes hitos a cumplir durante el camino para llegar al mismo.

4.- La organización se preocupa de ser rentable (económica- y socialmente) y optimizar los recursos de los que dispone

4.1 Información adicional

Se analizan trimestralmente los resultados de la entidad y se hacen comparativas con lo presupuestado y con lo ejecutado en esas fechas en ejercicios anteriores. Asimismo, en cada proyecto realizado, se hace una previsión de costes basada en la experiencia, se analizan todas las opciones existentes y, a posteriori, se valora el resultado conforme a lo proyectado y se indican mejoras para la siguiente ocasión.

5. En caso de ser positivo el resultado del año ¿cómo se define el destino de estos fondos?

5.1. Información adicional

Se realiza un plan de actuación a final de cada ejercicio donde se plantean los recursos a destinar en el siguiente ejercicio a los diferentes proyectos existentes. El Patronato aprueba tales destinos

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

6.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, cliente/usuarios, familias, voluntarios, proveedores, financiadores y donantes, aliados y colaboradores públicos y privados, medios de comunicación, otros.

6.1. Información adicional

Se realizan diferentes reuniones con cada uno de ellos para que puedan exponer sus propuestas y puntos de vista

7.- ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?

7.1. Información adicional

Principalmente encuestas de satisfacción y reuniones con los principales representantes de

cada grupo de interés.

Transparencia, rendición de cuentas y buen gobierno de la organización

8.- En cuanto a los miembros del órgano de gobierno, con independencia de si ejercen su cargo a nivel particular o en calidad de representantes jurídicos de otros organismos/organizaciones públicas o privadas, ¿cómo desempeñan de su cargo?

8.1. Información adicional.

Los patronos tienden a involucrarse en la consecución de los objetivos de la Fundación, proporcionando incluso medios materiales y/o humanos para ello

9.-Respecto a la rendición de cuentas, ¿cómo actúa la organización?

9.1.- Información adicional.

Asimismo, se da información acerca de los estados de las cuentas al Gobierno de Aragón mensualmente.

10.- ¿Se proporciona información clara, honesta y fiel sobre la propia organización, su composición, estrategia y funcionamiento, sus redes y acuerdos y sus fuentes de financiación y obtención de recursos?

10.1. Información adicional

Regularmente se da información económica (mensualmente) y contractual (trimestralmente)

11.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la organización y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la organización?

11.1.- Información adicional

Existen unas pautas y formas de actuar, las cuales se conocen a través del diálogo con compañeros y director de la Fundación, pero no existe un documento escrito que las contemple detalladamente.

12.- ¿Conocen las personas que trabajan y las que colaboran como voluntarias la misión, la cultura (razón de ser de la organización, valores,...) y los objetivos propios y distintivos de la organización?

12.1. Información adicional

Se trata de una Fundación de reducida dimensión y todos los actores de la misma conocen sus valores, objetivos y forma de llegar a ellos

Plan de Responsabilidad Social

13.- Respecto a la Responsabilidad Social ¿En qué situación se encuentra su organización en este momento?

13.1. Información adicional

No se había realizado un análisis de la Fundación en materias de responsabilidad social corporativa por lo que, quizás la misma ya ha realizado acciones RSA pero no de forma concienciada y planificada.

14.- En caso de existir un plan de Responsabilidad Social o acciones concretas, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento?

14.1. Información adicional

Este es el primer año en el que la Fundación se propone la realización de un Plan de Responsabilidad Social Corporativa..

CLIENTES

Satisfacción de cliente

15.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes/usuarios/beneficiarios?

15.1. Información adicional

Tenemos una relación informal con los clientes, alguna vez se han hecho incluso reuniones con ellos para escuchar sus puntos de vista. Asimismo, en las actividades formativas se realizan encuestas de satisfacción para poder tener estadísticas al respecto y poder mejorar los puntos débiles

16.- ¿Disponen de mecanismos para conocer la satisfacción de sus organismos financiadores y donantes?

16.1. Información adicional

Se tantea su satisfacción verbalmente, además suelen repetirse anualmente por lo que cada año se va perfeccionando la colaboración

17.- ¿Cómo identifica las posibles mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los procesos de la organización?

17.1. Información adicional

Se identifican mejoras a través del trato directo con el cliente y con los trabajadores, todas

aquellas mejoras detectadas se ponen en funcionamiento si son alcanzables por la Fundación

Innovación en los productos y servicios

18.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación e innovación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los diferentes clientes/usuarios/beneficiarios y el sector de la actividad?

18.1. Información adicional

En nuestro caso, el principal servicio que se da en la Fundación es la gestión de la Competición Internacional MotoStudent, y se han realizado innovaciones y desarrollos en la misma, previos a su celebración, para poder testar los resultados antes de que los participantes realicen sus prototipos y poder dar asesoramiento ante los posibles problemas que puedan surgirles.

Calidad de los productos y servicios

19.- ¿Cómo realiza su entidad la puesta a disposición del producto o servicio?

19.1. Información adicional

Se dispone de un plan de difusión a través de notas de prensa y diferentes acciones en redes sociales. Asimismo, se realizan visitas a las nuevas universidades que se quiere invitar para que participen en la Competición y/o se les remite información, cartelería, etc para su distribución entre los alumnos

20.- ¿Cuáles son las características del sistema de evaluación y seguimiento de los servicios/productos de su organización?

20.1. Información adicional

En el Evento Final de la Competición se pone a disposición de todos los clientes unas hojas de reclamación, incidencias, propuestas, impugnaciones, etc.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

21.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?

21.1. Información adicional

Se publica y envía toda la información a los participantes en la Competición

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

22.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas y voluntarias?

22.1. Información adicional

Se realizan reuniones con los trabajadores de forma esporádica.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

23.- ¿Cómo se garantiza en su organización el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual, cultura...)?

23.1. Información adicional.

Todas las opciones a puestos de trabajo se comunican públicamente a través del INAEM, requiriendo únicamente las especificaciones profesionales necesarias para el puesto de trabajo a desempeñar, y se valoran exclusivamente las aptitudes profesionales otorgando los mismos plazos y condiciones para todos los aspirantes al puesto.

Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral

24.- En cuanto la conciliación entre vida personal, familiar y laboral, ¿cuenta su organización con medidas que faciliten su equilibrio?

24.1. En el caso de existir actuaciones específicas en materia de conciliación personal, familiar y laboral especificarlas.

La empresa ofrece flexibilidad horaria en casos de necesidad puntual por cuestiones personales o familiares.

Así mismo, los trabajadores pueden decidir la distribución de casi la totalidad de días de vacaciones.

Formación y desarrollo profesional

25.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas y voluntarias?

25.1. Información adicional.

El trabajador puede solicitar la realización de cursos o planes formativos que considere de interés para el desempeño de su actividad y crecimiento profesional.

Seguridad y Salud

27. ¿Tiene implantado en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?

27.1. Información adicional.

La empresa tiene contratado un plan de prevención de riesgos laborales.

PROVEEDORES

Compras responsables

28.- ¿Se han definido criterios de compra responsable para los productos, bienes y servicios?

28.1. Información adicional.

Por la ley de contratos del sector público se debe seleccionar el proveedor con la oferta económicamente más ventajosa para la fundación (a iguales condiciones técnicas). En contratos menores se trata de solicitar oferta a proveedores de la zona con el fin de colaborar en su dinamización.

Clasificación y evaluación de proveedores

29.- ¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren aspectos sociales, ambientales y de proximidad?

29.1. Información adicional.

Como se decía en el punto anterior, el precio es un factor principal para determinar la concesión de contratos (TRLSP)

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

30.- En cuanto a la implicación en la comunidad en la que desarrolla la actividad su organización, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?

30.1. Información adicional.

Se acude a las universidades que requieren de nuestra presencia para poder dar ponencias acerca de I+D y emprendimiento

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

31.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con los fines y la estrategia de su organización?

31.1. Información adicional.

El fin y la estrategia de la entidad está centrado 100% en estos proyectos.

Transparencia con el entorno social de la organización

32.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas, voluntarias y otros grupos de interés, fomentando su participación e implicación activa?

32.1. Información adicional

Se da mucha difusión a todas las acciones realizadas por la Fundación, tanto en redes sociales como a través de notas de prensa

Comunicación y fomento de buenas prácticas

33.- ¿En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?

33.1. Información adicional

Además de publicar las novedades, se analiza su impacto, así como diversos factores como la localización de las visitas, horarios de máxima difusión, etc.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

34.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?

34.1. Información adicional.

Gestión de RSU así como de residuos sólidos o líquidos que pudieran generarse a través de profesionales especializados.

Compromiso frente al cambio climático

35.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?

35.1. Información adicional.

No se realizan actividades dañinas para el medio ambiente

Economía circular

36.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?

Comunicación ambiental

37.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los diferentes grupos de interés?

37.1. Información adicional

La fundación posee 2 empleados, y ambos conocen a la perfección todas las actuaciones llevadas a cabo por la misma

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

38.- Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)

-

Valoración Global

39.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

Puntos fuertes y áreas de Mejora

40.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Relación directa y cercana con clientes

41.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Organización de áreas y departamentos

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?

En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?